

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan televisi sebagai media massa begitu pesat, televisi adalah salah satu alat media massa yang memiliki fungsi untuk menyampaikan pesan dan menyebarkan informasi. Seperti yang diketahui bahwa program televisi seperti *news*, *entertainment*, bahkan acara *infotainment* mampu memberikan informasi yang sekiranya diperlukan oleh khalayak. Fungsi lain dari televisi berusaha memberikan hiburan kepada khalayak.

Kehadiran program televisi yang menghibur cukup membantu sejenak untuk melepas stress dan kejenuhan dari aktivitas sehari-hari. Sementara itu dalam Nurudin (2011:64) menurut Jay Black dan Frederick (1998) fungsi komunikasi massa antara lain : (1) *to inform* (member informasi), (2) *to entertain* (memberi hiburan), (3) *to persuade* (membujuk), dan (4) *transmission of the culture* (transmisi budaya).

Sebagai media audiovisual, daya jangkauannya mampu menembus ruang-ruang paling pribadi setiap rumah. Industri pertelevisian Indonesia yang mulai berkembang sejak era 80-an, ditandai dengan berdirinya RCTI, kini telah mencapai taraf yang cukup marak. Jika dulu para pemirsa hanya memiliki satu-satunya pilihan saluran TV, yaitu TVRI, sekarang sudah ada banyak sekali pilihan saluran, mulai dari yang sifatnya lokal (daerah), maupun Nasional (Effendi, 2008).

Bertambahnya saluran televisi juga menambah variasi kategori atau *genre* program yang disuguhkan, beberapa kategori atau *genre* program pun kerap mendapatkan sorotan dari khalayak, seperti sinetron, *reality show*, *infotainment*, bahkan program Agama (religius) juga tidak lepas dari kritik. Penayangan program sinetron, misalnya yang menjual mimpi tentang identitas masyarakat kelas atas, hidup serba mudah, *hedonisme*, dan sebagainya.

Sementara itu, kehadiran *reality show* di Indonesia juga telah dianggap membawa angin segar bagi industri televisi. Penonton mendapatkan tambahan pilihan kelompok tayangan, semacam penyegaran atau variasi atas jenis tayangan yang ada sebelumnya. Mari kita simak beberapa *reality show* yang ada: "Uang Kaget", "Lunas", "Tolong", "Bedah Rumah", "Aku Ingin Menjadi", dan "Nikah Gratis", "Paranoid" adalah beberapa diantaranya. Lewat *reality show*, banyak hal yang bisa terungkap, diantaranya aspek kejujuran dan kemauan menolong orang lain.

Namun, kelompok tayangan tersebut dapat menimbulkan efek yang kurang baik yang mungkin tidak pernah diperkirakan oleh pembuatnya dan stasiun televisi yang menayangkan. Dampak itu adalah semakin besarnya harapan seseorang/sekelompok orang untuk menerima bantuan cuma-cuma dari orang lain, dalam hal ini oleh tayangan *reality show* (Effendi, 2008).

Munculnya persoalan tersebut tidak lepas dari masalah tentang etika. Etika yang sering diabaikan untuk mencapai rating suatu program televisi agar tidak ditinggalkan oleh penontonnya, Kecerobohan yang dilakukan untuk menampilkan sesuatu yang lebih terlihat sensasional bahkan dramatis,

justro terlihat kurang beretika. Tayangan yang kurang berkualitas dan melanggar etika penyiaran, menunjukkan satu persoalan serius yang harus mendapat perhatian semua pihak. Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sebagai lembaga yang diberi wewenang untuk mengawasi jalannya penyiaran Indonesia, bahwa keluhan masyarakat terhadap tayangan bermasalah di televisi terus mengalir.

Jika membaca persoalan diatas bahwa, etika menjadi salah satu “aturan” yang diharapkan bisa mewadahi atau menjadi tolak ukur dalam mengatur “pergaulan” antara media massa, pemerintan dan masyarakat. Etika disini di mungkinkan keberadaannya, mengingat media massa itu selalu berurusan dengan pihak lain (atau berbagai macam kelompok dalam masyarakat). Kepentingan yang berbeda akan “bertarung” dalam proses komunikasi massa. Tanpa ada etika “pertarungan” akan menjadi perilaku mau menang sendiri yang buntutnya adalah kerusakan (Nurudin, 2011:224).

Pada intinya, etika merujuk pada konsep tentang memiliki nilai-nilai dan perilaku moral. Jika anda sesuaikan perilaku dan tindakan anda dengan nilai-nilai tersebut, maka anda ikut dalam perilaku yang etis (Nasution,2015).

Komisi penyiaran Indonesia (KPI) sesuai amanat UU No.23/2002 tentang penyiaran memiliki tugas antara lain menyusun peraturan dan mendapatkan pedoman perilaku penyiaran serta mengawasi pelaksana aturan tersebut pasal 8 ayat (2) b dan c. Aturan tersebut hendaknya mencakup isi tayangan, jam promosi tayangan, pedoman beriklan di

televisi, pembagian kelompok usia, jam penayangan dan etika penayangan (Effendi, 2008:5).

Semakin ketatnya persaingan dunia pertelevisian membuat kredibilitas dipertaruhkan. Salah satunya kualitas dan kebenaran suatu program/produk *reality show* menjadi bahan yang sering diacuhkan dalam pembuatan ide - ide kreatif dalam program *reality show*. Penyimpangan dari isi program sering kali terjadi, berbagai kepentingan penyiaran demi untuk mengangkat rating tanpa memperdulikan konten. Salah satunya *reality show* Rumah Uya di Trans7 yang masih tayang di Indonesia.

Program acara *reality show* Rumah Uya tayang di Trans7 pada pukul 17.00 WIB. Tayangan yang mengangkat permasalahan pribadi (konflik asmara) pasangan anak muda, yang di pandu oleh host Uya Kuya sebagai seorang konsultan dan di bantu oleh asisten-asisten yang memiliki peran masing-masing. Kemudian ada seorang pemuka agama yang mereka panggil umik yang berperan sebagai seseorang yang memberi solusi atas problem yang sedang dialami oleh klien atau pemeran. Seperti contohnya pada salah satu episode Rumah Uya dengan gaya khas ustadzah “*jika kita mencintai seseorang jangan mentok-mentok betul*” maksudnya *jangan terlalu dalam mencintai seseorang ketika sedang berpacaran akan sakit hati*”. Tayangan tersebut secara khusus terlalu mengupas privasi kedua pasangan kekasih, dan bahkan bertolak belakang pada ajaran agama yang justru mempertontonkan aib pribadi.

Reality Show Rumah Uya tersebut memang sebuah tontonan yang bertujuan menghibur penontonya, namun televisi adalah salah satu media

elektronik yang dapat ditonton berjuta juta penonton. Tayangan tersebut mengandung banyak adegan yang melanggar pedoman perilaku penyiaran dari pada edukasi bagi penonton. Dalam tayangan rumah uya emosi penonton ikut terbawa karena perdebatan argumen yang tidak berbobot dan tidak mendidik yang dapat menimbulkan dampak kurang baik, khususnya bagi remaja. Menurut (Nasution, 2016:69) dalam *buku Media dan Masyarakat* bahwa pengaruh yang terbesar, akan menjadikan remaja menjadi pribadi-pribadi yang pasif tidak memiliki keberanian berekspresi, karena media televisi telah memenuhi semua kebutuhan implusinya secara virtual.

Sedangkan Menurut Latief dan Yusiati (2015:69) dalam buku *Siaran Televisi Non Drama*. Stasiun Televisi yang mengabaikan etika dalam masyarakat, misalnya menayangkan program talk show dengan perdebatan yang tidak mengindahkan etika dan kesopanan. Saling ejek, tuding, merendahkan martabat sesama manusia. Meskipun program tersebut mendapat rating baik, bisa saja sulit mendapatkan iklan.

Hasil survey KPI September-Oktober 2015 menunjukkan indeks kualitas tiga program siaran, yaitu *infotainment*, sinetron/ film/ ftv, dan *variety show* di bawah 3, masih dibawah skor standart nilai 4. Skor program infotainment hanya 2,56, sinetron/film/FTV 2,84, dan Variety show 2,96. Padahal, program-program tayangan yang kualitasnya rendah tersebut justru mendominasi layar kaca pada retang waktu utama (partime), saat warga Jakarta pada umumnya meluangkan waktu untuk menonton tv. (www.kompas.com).

Tayangan Rumah Uya pernah mendapat teguran dari KPI pada tanggal 24, 25, 26 November 2015, serta 4 Desember 2015 bahwa program tersebut mengupas secara detail konflik keluarga dan asrama. Meskipun penyiaran tersebut sudah diizinkan oleh pihak berkonflik, namun lembaga penyiaran tidak dapat menyajikan materi kehidupan pribadi dalam seluruh isi mata acara. KPI pusat memutuskan bahwa program siaran tersebut telah melanggar Pedoman Perilaku Penyiaran Komisi Penyiaran Indonesia Tahun 2012 pasal 13, pasal 14 ayat (1) dan pasal 21 ayat (1) serta Standar Program Siaran Komisi Penyiaran Indonesia Tahun 2012 pasal 13 ayat (1) dan (2), pasal 14 huruf c, pasal 15 ayat (1) dan pasal 37 ayat (4) huruf a. atas dasar tersebut, KPI pusat menjatuhkan sanksi administratif teguran tertulis. (www.kpi.go.id).

Peneliti memilih tayangan *reality show* Rumah Uya karena program banyak mengumbar konflik pribadi yang tidak layak untuk ditayangkan selain itu program ini sudah mendapat beberapa kali teguran dari KPI atas pelanggaran etika penyiaran pada tahun 2015 dan 2017, namun sampai saat ini acara *reality show* rumah uya masih ditayangkan. Kemudian seperti yang dilansir situs Kpi.go.id 18 Agustus 2017 berdasarkan catatan tim pengaduan KPI, masyarakat telah menyampaikan aduan terkait program Rumah Uya dari Januari hingga pertengahan Agustus tahun 2017 ada 59 aduan terhadap Rumah Uya angka aduan tersebut lebih tinggi dibandingkan acara yang sejenisnya yaitu Katakan Putus di Trans7 yang mendapat 46 aduan. Meskipun acara ini termasuk dalam program *reality show* namun acara ini mengandung unsur rekayasa yang dibangun seolah olah nyata. Selain itu peneliti ingin

mengatahui seberapa besar pelanggaran etika penyiaran dalam program tersebut, dalam hal ini peneliti mengaktegorikan beberapa pelanggaran menurut Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS) .

Pada penelitian ini peneliti mengambil episode pada tanggal 22- 23 Agustus 2017 Adapun alasan peneliti mengambil episode tersebut karena menampilkan konflik pribadi (konflik asmara) hingga para pihak mengungkapkan aib masing-masing dan berdasarkan surat peringatan pada tanggal 5 September 2017 dari KPI untuk Trans7 program siaran Rumah Uya yang ditandatangani oleh ketua KPI pusat Yuliandre Darwis bahwa pada episode yang tayang pada tanggal 22, dan 23 Agustus 2017 dianggap tidak memperhatikan ketentuan penghormatan terhadap privasi yang diatur dalam Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS) KPI Tahun 2012.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu, berapa besar frekuensi kemunculan pelanggaran etika siaran pada program *reality show* Rumah Uya Trans7?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami seberapa besar frekuensi kemunculan pelanggaran etika siaran pada program *reality show* Rumah Uya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat disumbangkan kepada FISIP UMM untuk menjadi bahan rujukan atau refrensi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi atau jurusan lainnya terutama analisis isi tentang pelanggaran etika siaran *reality show*. Selain itu juga menyediakan refrensi atau rujukkan kajian pustaka untuk melengkapi penelitian-penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat luas dalam menerima dan memahami konten dalam media massa televisi, membahas pelanggaran etika penyiaran dalam penelitian ini agar dapat menjadi evaluasi bagi lembaga penyiaran untuk mengetahui seberapa besar pelanggaran etika siaran pada program *reality show* dan untuk masyarakat umum agar memilih tayangan yang menghibur dan lebih bermoral.